

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

*Coffee shop* adalah sebuah tempat yang cukup sering dan gemar dikunjungi oleh banyak orang, baik dari usia muda hingga dewasa, terlepas dari situ, Kota Bogor sendiri memiliki banyak *coffee shop* yang tersebar, sehingga menjadikan Kota Bogor sering dikunjungi oleh banyak pengunjung untuk mendatangi *coffee shop* yang ada disana, namun banyak juga yang belum begitu mengetahui informasi tentang *coffee shop* yang ada disana, sehingga mereka mencari melalui banyaknya media informasi diluar sana, namun hal itu menimbulkan terjadinya kerucuhan data karena beberapa media memberikan informasi yang salah, sehingga membuat para pengunjung kebingungan.

Dalam perancangan ini, penulis dalam mengumpulkan data menggunakan metode *hybrid*, yaitu gabungan antara metode kualitatif, kuantitatif, dan studi eksisting, sedangkan untuk metodologi perancangan, penulis menggunakan metode *Human Centered Design* yang dipopulerkan oleh IDEO yang terdiri dari 3 tahapan, yaitu *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*.

Setelah kurang lebih 16 minggu, penulis telah selesai melakukan perancangan ini, mulai dari pencarian data hingga pengolahan data dan juga dilakukan eksekusi, sehingga berhasil melalui tahapan *alpha test* dan *beta test*.

#### 5.2 Saran

Saran yang penulis dapat dalam proses perancangan ini antara lain sebagai berikut.

1. Pembaca harus mengetahui sumber masalah dan memahami masalah dengan baik agar bisa melakukan tahapan selanjutnya dengan lebih baik lagi, seperti pencarian data, pencarian narasumber, penyebaran kuesioner, dan metodologi perancangan.

2. Pembaca juga harus mampu berpikir bahwa yang dilakukan ini adalah untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi di masyarakat, jangan lebih menitikberatkan seluruh proses ini pada keinginan pembaca, empati harus sangat digunakan dalam proses perancangan ini.
3. Sebagai mahasiswa dan juga desainer, harus mau dan bisa menerima seluruh kritik dan masukan yang diberikan baik dari dosen, kolega, teman, keluarga, dan terlebih adalah target audiens sendiri.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA